

*Л. В. Кудрина*

### **Языковая личность в социальных сетях**

Целью данной статьи является анализ лексики языковой личности в социальных сетях. В работе акцентируется внимание на лексических и стилистических особенностях текстов пользователей Instagram, а также выявлении прагматических закономерностей использования в коммуникации определённых языковых средств для целенаправленного воздействия на адресата. Автор также касается вопросов использования паралингвистических средств в современной интернет-коммуникации. Статья адресована филологам, журналистам, а также широкому кругу лиц.

Ключевые слова: языковая личность, социальные сети, Instagram, сленг, эмодзи, интернет-коммуникация.

*Lada V. Kudrina*

### **Language personality in social networks**

The purpose of this article is to analyze the vocabulary of a linguistic personality in social networks. The paper focuses on the lexical and stylistic features of the texts of opinion leaders and Instagram users, as well as the identification of pragmatic patterns of using certain language means in communication for purposeful influence on the addressee. The author also deals with the use of paralinguistic means in modern Internet communication. The article is addressed to philologists, journalists, as well as a wide range of people.

Key words: Language personality, social networks, Instagram, slang, emoji, internet communication.

Разные подходы к пониманию сложного термина «языковая личность» обусловили различные его определения в лингвистике. Психолингвистика, лингводидактика, язык художественной литературы и масс-медиа определяют различные аспекты феномена «языковая личность».

Термин «языковая личность», впервые употребленный В. В. Виноградовым в контексте исследования художественной литературы, в широкий обиход ввёл Ю. Н. Караулов. По его мнению, языковая личность подразумевает «совокупность способностей и характеристик человека как носителя языка, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов),

которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью». Следует подробно остановиться на трёхуровневой системе структуры языковой личности по Ю. Н. Караулову:

- вербально-семантический предполагающий обыденное владение языком (лексикон);

- лингво-когнитивный, в основе которого являются понятия, идеи, концепты, складывающиеся у каждой языковой личности в упорядоченную картину мира, отражающую иерархию ценностей (тезаурус);

- прагматический, выявляющий установки и мотивы, влияющие как на создание собственных текстов, так и восприятие чужих (прагматикон) [4, с. 3].

В современном научном аспекте языковая личность рассматривается в тесной связи с мышлением и сознанием. Язык играет главную роль в процессе познания и концептуализации окружающего мира. «Языковая личность характеризуется не столько тем, что она знает о языке, сколько тем, что она может с языком делать» [1, с. 3].

Коммуникативный подход выделяет пять аспектов, или компонентов языковой личности: 1) языковую способность, 2) коммуникативную потребность; 3) коммуникативную компетенцию; 4) языковое сознание; 5) речевое поведение. «Языковая личность – обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [3, с. 98].

Лексикон языковой личности определяется уровнем, который отражает владение лексическим и грамматическим фондом языка. Лексикон (или лексика) обозначает «запас слов, лексика» [9, с. 486]. «Понятие речевого портрета тесным образом связано с понятием языковая личность, что обнаруживается при определении особенностей индивидуального, коллективного, национального речевого портрета, которые соответствуют типологии языковой личности. Кроме того, основные элементы анализа речевого портрета соотносятся с уровнями структуры языковой личности» [11, с. 64].

Большую роль в формировании речевого портрета и коммуникативных стратегий личности играет языковой вкус эпох, который «отражает динамику общественного сознания на данном этапе истории» [6, с. 21–22]. Технологические изменения, связанные с интернетом, кардинально изменили коммуникативную модель масс-медиа. Уникальная гиперссылочная природа интернета породила интерактивность адресата, вследствие чего структура языковой личности претерпела значительные изменения.

Речевой портрет современной языковой личности формируется в потоке широкого информационного воздействия СМИ и блогов, социальных сетей и

приложений. Другими словами, современную языковую личность, связанную с порождением и восприятием текстов невозможно рассматривать вне интернета.

«В Интернете на первый план выходит комплексная языковая личность как многокомпонентная система личностей, формируемая с учётом сфер, тем и ситуаций, в рамках которых происходит общение. Раскрепощение личности в Интернете, ликвидация психологических барьеров, смещение акцента с результата, то есть потребления текстов, на сотворческий процесс их создания, несомненно вызывает волну языкового творчества, нового отношения к русскому языку, не только как средству, так сказать производства, но и как к форме выражения собственных творческих способностей» [10, с. 44].

Для анализа речевого портрета языковой личности в интернете можно обратиться к социальной сети Instagrame, которая согласно исследованию компании «Brand Analytics», по объёму активной аудитории сохранила за собой первое место в России<sup>1</sup>. Основу выборки составил рейтинг автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа «Медиалогии», а именно самые популярные аккаунты социальных сетей за октябрь 2021 года<sup>2</sup>. Так, на первой строке рейтинга аккаунт модели Оксаны Самойловой в Instagrame. Рассмотрим последнюю публикацию данного аккаунта на 17.11.2021 года.

«Ну вот и всё))) 🦋 я хочу сказать этому отпуску :спасибо, что мы выжили «👉👉👉 пора возвращаться домой )))и спасибо вам, что разделили с нами это путешествие и переживали, что нас кто-то сожрёт ❤️ 😊 этот отдых не был идеальным в привычном понимании, начиная от нашего плавучего отеля и заканчивая бесконечной штормовой воронкой, но мы с собой везём тонну впечатлений и ещё год будем обсуждать дома за чашечкой чая ,как мы спали на полу в гостиной всей толпой, как нас подкидывало до потолка день и ночь, как однажды вечером у нас вся еда закончилась и тд 😊 🍷 ну вот скажите разве это не кайф, а?))) это ж самые яркие впечатления и самые яркие воспоминания)))единственное .... кажется нам придётся заново учиться ходить по земле 😊 и кажется на ближайший год лодки у нас в стоп листе 😊 X »

В первую очередь зафиксируем обилие паралингвистических средств в тексте, а именно включение в него элементов языка эмодзи – эмотиконов. Эмодзи представляют собой графические символы Unicode и используются для обозначения понятий и идей, не только эмоций [12]. Кроме эмотиконов

---

<sup>1</sup> Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021 | Блог Brand Analytics – все о бренд мониторинге и социальной аналитике (br-analytics.ru) (28.11.2021).

<sup>2</sup> Исследование Медиалогии Страницы Instagram – октябрь 2021 | Медиалогия (mlg.ru) (21.11.2021).

отметим наличие многочисленных пунктуационных непарных скобок и многоточия, которые относятся к параграфемной вариативности. В целом указанные невербальные средства приближают письменную коммуникацию к устной за счет реализации эмоциональности и экспрессивности.

Анализируемый текст опубликован как одно целое предложение, автор пишет с прописной буквы лишь начальное слово. Налицо синтаксический параллелизм «спасибо, что мы выжили» – «и спасибо вам, что разделили», «самые яркие впечатления и самые яркие воспоминания», «кажется нам придётся» – «☺и кажется на ближайший год». Также в тексте используются прост. неод.«сожрёт», разг. «не кайф, а?»), усилительная частица разг. «это ж» [9, с. 303, 399].

Популярный блогер Анастасия Ивлеева пишет: «Товарищи, УРА! Новый, свежий, смешной и добрый влог уже на канале! 🎧 В нем я рассказываю про новую квартирку, переезд, встречаюсь с @galichida чтобы обсудить новую песню Лехи и выпить винца, лечу в Грузию праздновать др брата @koval\_pow и многое многое другое! ☺».

В тексте Ивлеевой, в соответствии с правилами орфографии, новые предложения начинаются с прописных букв. При этом в начале выделяется эмоциональное, написанное заглавными буквами «УРА», подобное написание характерно для интернет-коммуникации. Очевидно, что пользователи интернета таким образом усиливают положительную эмоцию.

Деминутивы «квартирка», «винцо» добавляют эмоционально-экспрессивный окрас тексту. Фамильярное или дружеское «Леха» как производное от имени «Алексей» способствует интимизации, снимает дистанцию между автором и адресатом.

Аббревиация «др» (день рождения) также характерный элемент дискурса социальных сетей, употребляется ради принципа языковой экономии средств. Не зафиксированное пока в словарях слово «влог» обозначает видеоблог (англ. vlog, от video blog или video log) – форма блога, в котором средством передачи информации является видео. Учитывая, что у российского Instagrama молодёжная аудитория, у подписчиков Ивлеевой не возникает затруднения в расшифровке как неологизма «влог», так и аббревиации «др»<sup>1</sup>.

И наконец, рассмотрим текст рэпера Тимати «Уже четвёртый год подряд @13\_surfing самый масштабный серф-кемп в России, мы потихоньку превра-

---

<sup>1</sup> Исследование ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrazstu-svoi-seti> (21.11.2021).

щаемся в фестиваль: спорта, музыки и стендапа !!! Даря все большему количеству желающих билет, в увлекательный мир сёрфинга и лайфстайла вокруг него ))

В ближайшие дни, анонс новых Мартовских дат, не пропустите и присоединяйтесь к нашей банде».

В трёх предложениях Тимати четыре англицизма «серф-кемп», «сёрфинг», «стендап», «лайфстайл», которые с одной стороны перегружают русскоязычный текст, а с другой стороны – органичны для российского представителя американской рэп-культуры. В таком же контексте используется слово «банда», обозначая не «преступную группу», а «жарг. (от англ. band) – музыкальный ансамбль (music band), обычно джазовый либо иной коллектив» [8]. Эмоциональный окрас тексту придают непарные скобки и три восклицательных знака.

Очевидно, что в социальных сетях пользователи интернета собираются в различные сообщества по интересам, поэтому «Выделяемые речевые признаки можно разделить на собственно индивидуальные, идентифицирующая значимость которых особенно высока и групповые, характеризующие данную языковую личность как представителя определенной социальной группы» [5, с. 4].

Так, рассмотренные выше аккаунты Оксаны Самойловой, Насти Ивлеевой, Тимати привлекают определённую социальную группу – молодёжь до 34 лет. Являясь лидерами мнений, известные персоны (тоже молодые люди) говорят на языке молодёжи.

Поскольку современная коммуникация представляет собой взаимодействие адресанта и адресата с обратной связью, то для исследования недостаточно анализа лексики инфлюэнсеров. Также необходимо рассмотреть несколько комментариев подписчиков выбранных лидеров мнений. С помощью метода случайной выборки рассмотрим комментарии в аккаунте Оксаны Самойловой, Насти Ивлеевой, Тимати :

Самая красивая семья 😍😍😍😍❤️👉👉👉👉

Это просто чудесно 😍😍👉

Платье просто супер , отвал головы . Кароче нет слов . И оно на тебе супер . Вы очень красивая пара и прикольные ребята. А дети просто ангелы ❤️

Не парьтесь, это просто фотки !

ДВА КРАША ДЕСЯТИЛЕТИЯ!!!

Веб-кам, ой удалёнка, пхпхпхпхпхпах

Какая красotka , алярм!! 📎❤️👉👉📱👉 Ещё и с такой стороны раскрываешься ! Ну просто сердечко !!

Что эта за малышка бомбовая 😍 I love serf 😍

Мощщно 🌀🔥♂🔥♀

Офигенно 🤔🤔🤔

Так как подписчики подобных аккаунтов представляют собой фан-сообщества, то понятно почему почти все комментарии позитивные. Причём, подписчики не только симпатизируют своему инфлюэнсеру, но и восхищаются им, а точнее, его образом жизни. Так, графические символы – эмодзи в данных комментариях обозначают радостные и сильные эмоции – сердечки, смайлики, огонь. Любопытно также, что языковая личность в Instagram не останавливается на одном символе, эмодзи используются многократно в одной строке. То есть вербально выраженного мнения, например «Офигенно» недостаточно, подписчику необходимо добавить эмодзи «🤔🤔🤔».

Лексический анализ комментариев указанных выше аккаунтов инстаграма обнаруживает обилие сленгизмов «супер», «прикольные», «веб-кам», «бомбовая», «КРАШ», «отвал головы», «не парьтесь», «офигенно», «удалёнка», «алярм».

Некоторые из выделенных лексем еще не вошли в словари. Слово «краш» характерно для употребления в социальных сетях. «Краш (от английского crush – увлечение, предмет обожания) – человек, который безумно нравится, объект желания»<sup>1</sup>.

«Алярм» («аларм») (от английского alarm clock – будильник) – тревога, опасность.

Универбат «удалёнка» используется сейчас не только в разговорном дискурсе, но и в текстах СМИ. Например, «Минобрнауки рекомендовало перевести на удаленку непривитых студентов», «Всеобщая «удаленка» – это не только результат пандемии» и другие<sup>2</sup>.

Очевидно, по аналогии с «ах» появляется «пхпхпхпхпхпах», которое обозначает смех. При этом подписчик дублирует сочетание «пх» в одном слове семь раз.

Таким образом, языковая личность в социальных сетях проявляется как крайне эмоциональная, что согласуется с мнением В. И. Карасика: «Акцентированная эмоциональность прослеживается во многих комментариях участников социальной сети и может рассматриваться как одна из характеристик сетевой языковой личности» [2, с. 38]. Для лидеров мнений российского

---

<sup>1</sup> Подростковый словарь – 2017, «Сноб» [https://snob.ru/entry/156179/?utm\\_source=ok&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=snob&utm\\_content=article#0\\_5\\_\\_975\\_0](https://snob.ru/entry/156179/?utm_source=ok&utm_medium=social&utm_campaign=snob&utm_content=article#0_5__975_0) (21.11.2021).

<sup>2</sup> РБК <https://www.rbc.ru/society/09/08/2021/6110e38d9a794718eda9283f>, Медуза Всеобщая «удаленка» – это не только результат пандемии (21.11.2021).

Instagram характерна самопрезентация, дружеское обращение к своим подписчикам, особый язык общения. Проведённый лексический и стилистический анализ текстов Instagram показал активное использование сленга, жаргона и паралингвистических средств коммуникации как авторами, так и адресатами коммуникации.

Следует также отметить, что тексты, попавшие в выборку, представляют коммуникацию в дружеском сообществе Instagram, поэтому нельзя говорить о поведении языковой личности в интернете в целом, данные примеры иллюстрируют лишь один из типов языковой личности в социальных сетях.

Добавим также, что для комментаторов сообществ, которые в данной языковой ситуации являются адресатами интернет-коммуникации, характерно использование кооперативной речевой стратегии, которая проявляется в комплиментах, признаниях, симпатии, сочувствии, благодарности.

Очевидно, что реализация языковой личности в социальных сетях практически невозможна сегодня без паралингвистических средств. «Отличительным признаком современного языка интернет-дискурса является использование паралингвистических средств – графем, синграфем, языка эмодзи. Ненормативное и вариативное использование графем и пунктуационных знаков служит высокой эмоциональности сообщения. Так, традиционные графические системы в условиях современной интернет-коммуникации получают новые формы реализации» [7].

Таким образом языковая личность в социальных сетях реализуется в письменных текстах, которые лингвистически сближаются с устной речью, именно поэтому некоторые исследователи считают необходимым выделить новую гибридную форму существования языка. В целом письменная коммуникация в социальных сетях превращается в сложную поликодовую систему, состоящую из разных семиотических кодов.

#### Список литературы

1. Богин Г. И. Современная лингводидактика. Калинин: КГУ, 1980. 61 с.
2. Карасик В. И. Сетевая языковая личность // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. № 6 (848). С. 33–43. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-yazykovaya-lichnost> (дата обращения: 21.11.2021).
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
4. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения, Язык и личность. М.: Наука, 1989. С. 3–8.
5. Китайгородская М. В. Русский речевой портрет: Фонохрестоматия / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. М.: Б. и., 1995. 127 с.

6. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-пресс, 1994. 247 с.
7. Кудрина Л. В. Речевые особенности комментария в новостных текстах интернет-изданий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 176–194. DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2019.176194.
8. Словарь русского арго: (Материалы 1980–1990-х гг.): Ок. 9000 слов, 3 000 идиомат. выражений / В. С. Елистратов; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М.: Рус. слов., 2000. 693 с. URL: <http://gramota.ru/slovari/argo> (дата обращения: 21.11.2021).
9. Словарь русского языка: Ок. 100000 слов / С. И. Ожегов; под общ. ред. проф. Льва Ивановича Скворцова. 27-е изд., испр. М.: Изд-во АСТ: Мир и образование, 2018. 1360 с.
10. Трофимова Г. Н., Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М.: Изд-во РУДН, 2004. 380 с.
11. Юдина Н. В. Языковой портрет современного финансиста / Н. В. Юдина, Е. А. Кузнецова. М.: Финансовый университет, 2016. 280 с.
12. Novak P., Smailović J., Sluban B., Mozetič I. (2015) Sentiment of Emojis. Available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144296> (дата обращения: 21.11.2021). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>

### References

1. Bogin, G. I. *Sovremennaya lingvodidaktika* [Modern linguodidactics]. Kalinin: KGU.1980. (In Russian).
2. Karasik, V. I. *Setevaya yazykovaya lichnost'* [Network Language Personality] // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta Gumanitarnye nauki* [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities]. Moscow: MSLU. 2021. 6 (848). pp. 33–43. (In Russian).
3. Karasik, V. I. *Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena, 2002.
4. Karaulov, Y. N. *Russkaya yazykovaya lichnost' i zadachi ee izucheniya, Yazyk i lichnost'*. [Russian language personality and the tasks of its study, Language and personality]. Moscow: Nauka. 1989. (In Russian).
5. Kitajgorodskaya, M. V. *Russkij rechevoj portret* [Russian speech portrait]. Moscow: Nauka. 1995. (In Russian).
6. Kostomarov, V. G. *Yazykovoj vkus epohi: iz nablyudenij nad rechevoj praktikoj mass-media* [The linguistic taste of the epoch: from observations on the speech practice of the mass media] // *Nash jazyk v deistvii: Esse po sovremennoj russkoy stilistike*. [Our language in action: Essays on modern Russian stylistics]. Moscow: Gardariki Publ. 2005. (In Russian).
7. Kudrina, L. V. *Rechevye osobennosti kommentariya v novostnyh tekstah internet-izdaniy*. [Speech features of commentary in news texts of online publications]. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of the Moscow University. Episode 10: Journalism]. 2019. Seriya 10: Zhurnalistika. 6. pp. 176–194. (In Russian).
8. *Slovar' russkogo argo: (Materialy 1980–1990-h gg.): Ok. 9000 slov, 3 000 idiomat. vyrazhenij* [Dictionary of Russian Argot: (Materials of the 1980s – 1990s): Approx. 9000 words, 3,000 idioms. Expressions] / V. S. Elistratov; Mosk. gos. un-t im. M. V. Lomonosova. М.: Rus. slov., 2000. 693 s. URL: <http://gramota.ru/slovari/argo> (data obrashcheniya: 21.11.2021).

9. *Slovar' russkogo yazyka: Ok. 100000 slov* [Dictionary of the Russian language: Approx. 100,000 words] / S. I. Ozhegov; pod obshch. red. prof. L'va Ivanovicha Skvorcova. 27-e izd., ispr. M.: Izd-vo AST: Mir i obrazovanie, 2018. 1360 s.

10. Trofimova, G. N. *Yazykovej vkus internet-epohi v Rossii: Funkcionirovanie russkogo yazyka v Internete: konceptual'no-sushchnostnye dominanty* [The linguistic taste of the Internet Age in Russia: The functioning of the Russian language on the Internet: conceptual and essential dominants]. Moscow: Izd-vo RUDN. 2004. (In Russian).

11. Yudina, N. V. *Yazykovej portret sovremennogo finansista* [Linguistic portrait of a modern financier]. Moscow: Finansovyy universitet. 2016. (In Russian).

12. Novak P., Smailović, J., Sluban, B., Mozetič, I. *Sentiment of Emojis*. 2015. Available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144296> (accessed: 21.11.2021). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>